

Christof Jeggle, Andreas Tacke, Markwart Herzog,
Mark Häberlein, Martin Przybiski (dir.),
*Luxusgegenstände und Kunstwerke vom Mittelalter bis
zur Gegenwart. Produktion – Handel – Formen der
Aneignung*

München : UVK (Artifex, Irseer Schriften NF 8), 2015, 558 p., 69,00 €.

Vincent Demont



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ifha/8361>

DOI : 10.4000/ifha.8361

ISSN : 2198-8943

Éditeur

IFRA - Institut franco-allemand (sciences historiques et sociales)

Référence électronique

Vincent Demont, « Christof Jeggle, Andreas Tacke, Markwart Herzog, Mark Häberlein, Martin Przybiski (dir.), *Luxusgegenstände und Kunstwerke vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Produktion – Handel – Formen der Aneignung* », *Revue de l'IFHA* [En ligne], Date de recension, mis en ligne le 01 février 2016, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ifha/8361> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ifha.8361>

Ce document a été généré automatiquement le 10 décembre 2020.

©IFHA

Christof Jeggle, Andreas Tacke,
Markwart Herzog, Mark Häberlein,
Martin Przybilski (dir.),
*Luxusgegenstände und Kunstwerke vom
Mittelalter bis zur Gegenwart.*
*Produktion – Handel – Formen der
Aneignung*

München : UVK (Artifex, Irseer Schriften NF 8), 2015, 558 p., 69,00 €.

Vincent Demont

C'est sans doute l'ouverture qui caractérise le mieux cet imposant travail collectif consacré à la production, au commerce et aux formes d'appropriation des produits de luxe ou œuvres d'art. Ouverture à plusieurs disciplines, d'abord, puisque le volume est codirigé par des historiens (Ch. Jeggle, M. Häberlein), un historien de l'art (A. Tacke), un germaniste (M. Przybilski) et un théologien (M. Herzog), et comporte une quasi-introduction due à un sociologue (M. Jäckel) ; ouverture, en conséquence, à des catégories documentaires très diverses – œuvres ou objets d'art aussi bien rares que communs, comptabilités institutionnelles ou marchandes, inventaires de biens, mais aussi imprimés de tous types (traités savants ou journaux de mode) ; ouverture, enfin, à des chercheurs aux profils extrêmement variés, puisque l'on trouve parmi les 26 contributeurs aussi bien une doctorante qu'une présidente d'université, des historiens indépendants que des chercheurs travaillant pour des musées ou des bibliothèques. Il n'est donc guère surprenant que l'impression qui domine la lecture soit celle du foisonnement des questionnements et des axes de recherche ; à vrai dire, cela a aussi à voir avec l'objet du livre. L'encyclopédiste Johann Krünitz ne notait-il pas en effet, dès 1801, que « les conceptions du luxe [étaient] aussi variées que les avis sur son caractère

nuisible ou bénéfique », avant d'ajouter dans un soupir qu'« avec la diversité des premières on remplirait des feuilles, avec les différentes opinions sur le second, des livres entiers ». Cette diversité, pour déconcertante qu'elle puisse parfois apparaître, constitue la vraie richesse de ce travail.

La concentration chronologique sur la période moderne, prépondérante – et de beaucoup – dans la construction du volume, et, plus encore, la place de choix accordée à la première modernité, permettent en effet de dresser un large état des lieux des recherches en cours dans un espace allant des Pays-Bas à l'Italie : il y a déjà là de quoi se démarquer d'une historiographie de la consommation largement centrée, en Europe du Nord-Ouest, sur la seconde modernité. Les éditeurs du volume (et particulièrement ch. Jeggle) s'appuient sur cette profondeur de champ pour suggérer une évolution de longue durée marquée par l'apparition, à côté d'un « luxe ancien », d'un « nouveau luxe » – le premier davantage « européen » et centré sur les besoins ostentatoires d'élites dirigeantes, le second, qui ne remplace pas le premier mais s'y ajoute, marqué par l'arrivée massive de produits d'outre-mer et par de nouvelles formes de commercialisation (publicité par voie de presse ou ventes aux enchères, les secondes pouvant d'ailleurs s'appuyer sur la première). La formule, bien sûr, simplifie : on voit du commerce de masse dès le passage du Moyen Âge à l'époque moderne (les dizaines de milliers de lunettes envoyées par un pharmacien vénitien vers la Syrie, ou Dürer refusant une commande prestigieuse parce qu'elle rapporterait moins que la vente de gravures produites presque en série, sont ici des exemples marquants) ; et l'apparition de la publicité imprimée ne fait pas disparaître le travail à la commande, ni les formes d'échange ne passant pas par un marché « ouvert ». Mais il n'est pas besoin de suivre inconditionnellement cette suggestion pour apprécier l'ancrage dans la longue durée qu'elle donne à certains questionnements économiques (le problème de la fixation du prix), ou, au contraire, le contexte plus précis qu'elle dessine pour d'autres interrogations (la réflexion sur les déséquilibres commerciaux induits par le commerce d'objets à forte valeur ajoutée).

Les contributions, d'un format équilibré (en général autour de la vingtaine de pages) sont organisées en quatre grandes parties, chacune d'elles étant à nouveau structurée par la chronologie. La première est consacrée aux débats (religieux, culturels ou politiques) sur le luxe, des cours princières aux bourgeoises urbaines en passant par l'Église. Viennent ensuite plusieurs contributions sur la conception et la réalisation d'œuvres d'art ou de produits de luxe (de l'atelier de Raphaël aux ornements et aux jardins du XVIII^e siècle). Les deux parties les plus volumineuses sont consacrées à la production et au commerce d'œuvres d'art puis d'objets de luxe, les peintures (y compris sur livre, puisqu'une contribution traite du commerce de l'enluminure au concile de Bâle) servant d'exemples privilégiés aux premières, la broderie d'or et d'argent, les retables ou l'albâtre des Pays-Bas du Sud d'illustration aux seconds – ces parties comprenant aussi des études de milieux « prescripteurs » en matière artistique, comme celui de l'« historien de l'art » Joachim von Sandrat au XVII^e siècle ou des collectionneurs vénitiens au XVIII^e siècle. Un dernier temps de l'ouvrage, enfin, se consacre au marché du luxe, appréhendé par le biais d'acteurs (le pharmacien vénitien évoqué plus haut), de produits (la soie), de lieux (les foires de Leipzig) ou enfin, pour le second XVIII^e siècle, de médias (la presse et les annonces dans la presse). Derrière la variété des sujets traités apparaît une structure d'ensemble assez lisible : des débats sur le luxe, on passe à la production puis à l'échange de celui-ci, avant de conclure par l'étude des formes spécifiques que peut prendre son marché. L'ouvrage, grâce à son

double index onomastique et géographique, reste d'ailleurs fort maniable. Reste, au-delà des critiques que l'on pourrait adresser à telle ou telle contribution, à faire état d'un regret majeur : celui qu'entraîne la disparition des rencontres d'histoire économique et sociale d'Irsee (présentées dans le n° 43 du *Bulletin de la Mission Historique Française en Allemagne*), qui avaient servi à préparer ce volume, et se sont interrompues sans trouver de véritable équivalent dans l'espace allemand.

Vous trouverez la table des matières ici : <http://d-nb.info/1049954556/04>.

INDEX

Thèmes : Histoire sociale, Histoire de l'art, Histoire économique

Index chronologique : Ouvrages transpériodiques

AUTEUR

VINCENT DEMONT

Université Paris Ouest Nanterre La Défense, CHISCO